

各位  
会社名 タマホーム株式会社  
住所 東京都港区高輪三丁目22番9号  
代表者名 代表取締役社長 玉木 伸弥  
(コード番号: 1419)  
問い合わせ先 取締役副社長 管理本部長 玉木 克弥  
TEL. 03-6408-1200

## 2021年5月期 決算および中期経営計画説明会（テレフォンカンファレンス）に関する 質疑応答概要の公開について

当社は本日、2021年5月期 決算および中期経営計画説明会をテレフォンカンファレンス形式により実施いたしました。

ご出席いただきました皆さまから同決算に関するご質問を賜り、以下ご回答を行っておりますのでお知らせいたします。

### 【質疑応答要旨】

Q1.

注文住宅、戸建分譲ともに伸びておりますが、戸建分譲の利益率についてはどれ位でしょうか。

A1.

戸建分譲、平均的に利益は確保できております。具体的な数値は差し控えさせていただきます。地域によって利益率も異なりますので一概に何%とお伝え出来ません。5~6年前は建売がそれほど得意ではなく、利益率も高くありませんでしたが、現在は適正利益が確保できております。

Q2.

中期経営計画から今期の営業利益の伸びが低くみえますが、何か先行費用を見込んでいますでしょうか。

A2.

利益が低い理由として、ウッドショックの影響を大きく見てはおりませんが、若干保守的にみております。

Q3.

ウッドショックについて、戸建が主力のオープンハウスさんなどでは、1棟に占める構造材の原価が120万円と3割上がったら36万円のコストアップと伺ったが、御社の場合の規模感と上がり方を教えてください。

A3.

例えばですが、注文住宅の場合、1棟に占める構造材の割合は概ね10%です。約150万円とした場合、約30~60万円上がるイメージです。

Q4.

住宅部門は、引き続き好調を維持するとお考えでしょうか？過去は、消費増税の影響で成績を落とした年もあったと思う。住宅ローン減税の終了よりも、住宅価格そのものが値上がりすることで、今後の受注が落ち込むということもあるのではないかと？それとも住宅ローン減税程度の事柄であれば、1年以内に乗り越えられるとお考えか？

A4.

住宅部門については、市場が縮小する傾向にあっても、その中で当社シェアの拡大を図っていく戦略のため、問題視しておりません。また、ウッドショックが騒がれて以降も数字が落ちることなく成長しております。当社の受注活動は今後も都度、精査の上、安定的な受注活動を図っていきます。住宅ローン減税においても、駆け込み需要がメインではないと考えております。ローン減税は単価の高い住宅会社が、よりダメージが大きいと思いますので、当社への影響は小さいと思います。引き続き、安定した受注計画を推進していきたい

と考えております。

Q5.

中期経営計画の考え方について、確認をさせていただきます。過去、ホテル事業等、多角化傾向にあったが、最近では本業回帰していると思う。そのようななか、住宅部門の成績が悪い時に、不動産事業でカバーする等、サブシナリオをどう見ているか教えてください。

A5.

当社の柱は、住宅事業・不動産事業と考えておりますため、注文住宅、建売、リフォーム、不動産を主力に成長してまいります。今現在、4か月連続で1,000棟を超えるご成約をいただいておりますように、今後も継続してまいります。

Q6.

コロナの需要があったと思いますが、これが需要の先食いだとすると反動減がくるのではないかと考えております。御社としては、もう少し中長期的に見ていると思いますが、この好調な背景を教えてください。

A6.

営業秘密に関わる部分もあるので詳しくはお伝えできませんが、当社の社員がお客様に喜んでいただけるご提案と商品を継続して提供しております。

Q7.

地場の中小工務店が地域の顧客情報を掴んでいて馴染みの工務店に発注する事があったと思うが、こういった購買行動は変化し、全国展開している会社が強くなってきているという認識でよいのでしょうか。

A7.

地場の工務店様1店舗につき、年間5~10棟の注文がありますが、大手ハウスメーカー志向やビルダー・建売志向のお客様が増えておりますので、今後はそのような流れになっていくことが予想されると思います。

Q8.

国産材が品薄だが、調達面の問題はないでしょうか。

A8.

当社は2009年から国産材にシフトしている中で、製材所と長年良い関係が築けており、バックアップもあり供給に関しては、影響はございません。また、13年前から国産材と言ってきた当社では、現在、約75%の国産材比率で住宅を供給しておりますので、当社に国産材の供給がされなかった場合、恐らく他社はもっと厳しいと思われま

Q9.

地域限定商品が好調だが、それぞれの地域での競合他社の反転攻勢などはありますでしょうか。

A9.

競合他社の反転攻勢はございますが、当社の地域限定商品に対抗商品が出た際には、当社では更に改良を重ね、それを上回る商品をご提案して対応しております。

Q10.

地域シェアNo.1について、各地域にてどのように考えていますでしょうか。

A10.

九州地区では、3年連続でエリアNo.1を継続しております。四国地区は昨年エリアNo.1になり、中国地区はエリアNo.1に近づいております、首都圏については、7番目程度の状況です。当社は九州・四国・中国・東北でのシェアが高く、一方で北海道・関東・甲信越のシェアが低い

Q11.

戸建分譲事業の利益については、仕入時に利益率15%を目安にするだとか、3か月したら価格を引き下げるとか、どのようなビジネスモデルで行ってるかについて教えていただければと思います。

A11.

戸建分譲事業について、一般的な分譲会社と同等の粗利は確保できているものとお考えいただければと思います。ビジネスモデルにつきましても同様に定期的に見直し、今後は進化する形でのビジネスモデルを構築する段階でございます。

以上